Youth Entrepreneurship Focus Groups

Conducted for
The Atlantic Canada Opportunities Agency

By
Omnifacts Research
#2000-0055

January 2000

100-03859/

Table of Contents

Conclusions and Recommendations i
- **Entrepreneurship** iii
- **Getting Started** iv
- **Ways to Reach Young Entrepreneurs** v

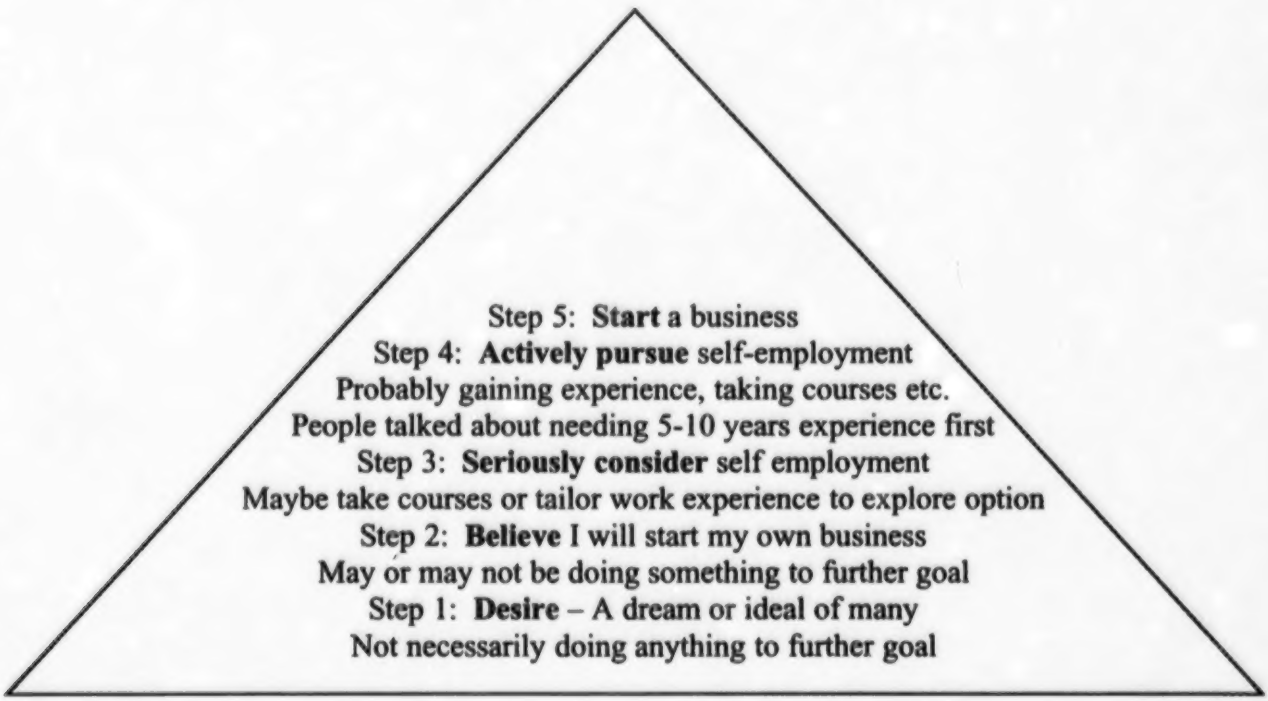
Introduction 1
Hobbies and Interests 2
Career Plans 3
Positive and Negative Parts of Entrepreneurship 6
The "Right" Word 8
Obstacles to Starting a Business 10
Communication Materials 12

Conclusions and Recommendations

These findings are based on eight focus groups conducted throughout Atlantic Canada with a selection of young adults (sessions of high school students and sessions with people aged 20 – 28). The sessions were used to discuss a wide range of topics concerning entrepreneurship – interest in the option, likelihood of pursuing, influences on those decisions and evaluations of various materials.

Virtually everyone in all of the sessions indicated they would like to start their own business and approximately half felt they would. Even though focus groups are not a quantitative technique, when one considers the number of people who actually do start a business, these proportions are unrealistically high and many of these people will not start a business.

It is helpful to think of these people using the following diagram. There are many more people at the bottom and we progressively lose people as we move up.



The first two stages really do not take much effort from people and many probably never progress beyond this point. However, the role for ACOA at these stages is to present entrepreneurship as a viable alternative and to offer encouragement. This can be done in a number of ways, but should be started at the High School level or a little earlier.

As we move up through the steps, the commitment level from the potential entrepreneur is greater, the experience becomes more realistic and, presumably, the activities or interventions from ACOA need to be more "concrete" and specific. The people in the later stages are moving from a thought process to an action process and will need more guidance as they do so. Therefore, there seems to be a need for several interventions over time to increase the probability that self-employment would actually happen at some point. Without these interventions, it seemed that many of these plans would remain just good intentions.

At the high school level (and perhaps a little earlier), people need to know that self employment is a viable alternative and they need to start to acquire the skills they will need to run their own business. Some of this is simply communications in that they need to make the link between summer businesses and paper routes etc. and self-employment. Information in the schools, speakers and regular appearances at career days are recommended. Many of the same activities are suggested as people move to post-secondary schools. However, the emphasis needs to shift to encouraging more "hands-on" experiences.

Identification and mentoring of potential candidates is suggested. Finding ways to allow people to "dabble" in self-employment should help in the long run. One of the large time gaps in the steps that were outlined earlier is the time after people have graduated and as they are gaining the job experience they feel they need. Most people talked in terms of 5 to 10 years and they are in widely dispersed environments outside of normal school systems. In fact, the widespread perception that people have to go "away" from Atlantic Canada to get the working experience they need would seem to make this even harder. The people who might open a business in Atlantic Canada when they are 30 or 35 might well be outside the region getting work experience. Continuing to reach and encourage these people would seem to be one of the more difficult tasks faced by ACOA. It suggests a strong need for intervention before people graduate and then ways to "keep in touch." This might include mailing lists for publications or web sites.

People currently seem to think of government as only a place for financial assistance and need to be encouraged to think of it as a place for more general business help. A long-term strategy of intervention should start to change these attitudes in that people will see ACOA providing different kinds of assistance over an extended period of time.

One objective of this research was to see if there were different reactions based on geography, gender or other variables. Again, focus groups are a qualitative research technique and we would only be able to comment on dramatic differences (and even in those cases, we would not be able to project them to the population in general). However, what was most striking about this research was the similarity between groups rather than the differences. In particular, there seemed to be little difference between males and females in interest in starting a business and in feeling they really would.

There were some minor geographical differences, but not in terms of wanting to start a business. Participants in all groups tended to think of businesses or services that would be for their local market and of course, those from more rural and smaller communities tended to conclude their task would be more difficult. It appeared that both a concern about the size of the local market and real experiences of seeing other businesses fail had more or a discouraging effect on people from these smaller areas. Perhaps these people (more than those from larger areas) need to be thinking about businesses and services that have potential beyond their own areas, but would be still operated from those areas.

Other findings from the sessions are included below under appropriate headings.

Entrepreneurship:

- While virtually everyone understood the word entrepreneurship and used it freely in the sessions, it is clear the word does not mean the same thing as self-employed or starting your own business. Entrepreneurship suggests an element of originality – creating something that did not exist in that market or recognizing a new market. Entrepreneurship also suggests a level of risk taking that is much higher than "just starting a business." While French participants were quite comfortable with the word entrepreneur, most English-speaking participants would never refer to themselves as an entrepreneur.

- Participants were all quite realistic about the demands of self-employment. They generally knew it was stressful, would involve long hours, the fear of failure, but would offer a great sense of self-accomplishment. Their greatest fear was the fear of financial failure, but it was interesting that most people wanted to be "more established" before they took the risk. Ways to help lessen the financial risk might encourage more people to move to self-employment.

- Participants had learned about self-employment from a variety of sources, but many had observed "first-hand" from close family members. This was particularly prevalent in PEI. There was no evidence that parents (or anyone else for that matter) discouraged people from pursuing self employment as a career option. Several of the younger participants had taken an entrepreneurship or enterprise course in high school and were generally quite positive about it.

- Interestingly, as many as two or three people in each session would have had some "taste" of entrepreneurship in the past through summer jobs, current freelancing or even paper routes. However, it was quite rare for anyone to think of these activities as entrepreneurship or self-employment. There is a clear need to make a stronger link between these experiences and future self-employment. These links will probably, also, reduce the perceived level of risk.

Getting Started:

- It appeared that while most people would like to start a business and others really thought they would, only two or three in each session seemed likely to follow through with their plans. In some cases people were reminiscent of the "Old Man" creative that was developed for ACOA several years ago – there would always be something that needed to come first. In other cases though, people really did not know what to do. They might have an idea and not know what to do first or they might not even have an idea. These people all needed real guidance to bring the idea of starting a business to fruition.

- When asked what obstacles they anticipated, capital or financing was always the first thing that was mentioned. There was little indication that people felt they might need any assistance other than financial.

- When specifically asked where they would go for assistance, there was a dramatic difference between the responses of the high school students and those who were older. The older people were much more likely to think of government as a "first place" to stop for help, but it was clear they would only do that as they were ready to start their business. The younger participants were much more likely to think in terms of going to a bank. Only a few people were aware of ACOA and they tended to be the older participants.

Ways to Reach Young Entrepreneurs:

- A variety of ways to reach these people was discussed in each session. Perhaps the biggest surprise was the overall, relatively low Internet usage exhibited except in Caraquet. While almost everyone had relatively easy access to the Internet and most did use it, they used it for very specific needs. There was little in the way of surfing or chatting, but there was a recognition that the Internet would be more common in the near future.

- Speakers (young entrepreneurs) in a school or classroom setting were seen favourably in all sessions. They tend to inspire and provide real life examples of positive and negative points. Schools were generally seen as a very appropriate means of distributing and disseminating information.

- Television and radio, as means of communication, were discussed as well; and while television was initially thought to work well, upon further discussion it was often discounted as not being as effective as other vehicles.

- A variety of materials were actually shown in the sessions for comments. Reaction was generally quite consistent across all the groups as follows:

    - **Videos**: good as a second step once some interest has been shown – probably in a school setting. The jacket on the video that was shown was not liked as it suggested wildlife sounds/nature.

    - **CD ROMS**: again a second step, but less interesting than videos because of the equipment needed to access the information. Schools were suggested again.

    - **Audio Tapes**: generally disliked.

    - **Small Pamphlets**: liked in a couple of groups to present basic information without a lot of detail. These were often criticized for not providing enough detail; but the purple Ontario Young Entrepreneurs caught several eyes because of its colour and because it had "five steps to get started" listed inside.

    - **Larger Publications**: several seemed to perform better than the others – **Realm**, **New Shoes** and the **Denim "dared to try"** publication. Participants seemed to react favourably to publications that were more readable as they presented information in a more entertaining way. Participants were particularly interested in profiles, business plans and both positive and negative experiences.

- As has already been noted, entrepreneurship may not be the "right" word to attract the desired audience. Youth is another word that carries negative intonation. It seems to always suggest someone who is several years younger. If I am 18, youth is 12 or 13. If I am in my 20's, youth is 18. Young or young adult was preferred.

- Participants were generally in favour of having programs specifically directed to young adults.

- Distributing materials such as small pamphlets through areas such as doctor's offices (where people will have to wait) was suggested in most sessions.

Introduction

This report is based on eight focus groups that were completed in December of 1999. Two sessions were held in each of the four Atlantic Provinces - St. John's and Carbonear, Sydney and Halifax, Charlottetown (2), Moncton and Caraquet. Four of the sessions were held with high school students and four were held with people aged 20 to 28. Those in the "older" sessions included a mix of people who were still in an educational institution (university, community college, private college etc.) and those who had graduated and were working as well as some who had graduated and were not working. Each person was pre-screened to ensure they were not strongly opposed to starting their own business. In this way, there was an attempt to include people with a variety of life experiences.

The sessions were all well-recruited and attended. A copy of the discussion guide that was used is included as Appendix A to this report. Each session began with a discussion of career options and when people started to think seriously about the type of work they would do. Influencing factors for these decisions were discussed in detail and several specific examples of communication methods were presented and evaluated. There was a tendency in all the sessions (but particularly in the younger ones), for the sessions to be dominated by those who were considering self-employment. This did not particularly affect the sessions and might have been expected given the topics being discussed.

Each session included eight or more qualified participants. The real advantage of using focus groups for this work is the depth of understanding that is possible from the ability to probe and discuss in detail.

Hobbies and Interests

Before the discussion moved to future work plans, a little time was spent discussing the general activities and interests of these participants. There was great consistency across all the groups with a fairly short list of activities such as:

- talking on the phone
- listening to music
- shooting pool, and
- sports.

As might be expected, the older participants were more likely to have families and to be quite involved with them (particularly the females with families). Starting a business with a young family was really not seen as a realistic alternative. The fear of failure and the added responsibility of family just did not fit together. In Moncton, most participants were specifically delaying the starting of families until they were more established.

One surprise from this part of the discussion was the lack of time being spent on the Internet. Stereotypically, these people were all from the generation that is supposed to be "on-line" all the time. Only in the Caraquet session was a significant amount of free time being spent on the Internet. Almost everyone in all of the other sessions had relatively easy access to the Internet and they used this source for academic searches primarily. There was very little evidence of "chatting" and several people specifically noted they did not like using computers or the Internet.

> "No, I don't like the Internet. I would rather talk to someone."
> "Surfing. That's just a waste of time."

As many as two or three of the students in the sessions also had part-time jobs. These seemed to add to an overall level of "busy"ness.

One interesting point coming from these discussions was the barrier that seems to be created by a relatively small geographic distance. Those from Carbonear, which was only a little more than an hour's drive outside of St. John's, were not even all that likely to go to St. John's for shopping with much regularity. This was also quite true in Caraquet.

Career Plans

Much of the early discussion in each session was about future work or career plans. Participants were asked to write down a short description of their plans; and if those plans included more education, to also write a few words on their plans after education. While these plans differed considerably from person to person, there were at least two common themes.

Firstly and more noticeable at the high school level, some participants in each session had their plans relatively well thought out and others really had little or no plan at all. Secondly, even those with a plan were only thinking over the next two to four years (with a less concrete plan for later) and they were generally still fairly open to changes. As might be expected, those in high school were generally thinking about further education whereas the older participants were thinking about jobs. It was also more common for those still in high school to not have made any plans yet and to have only set their sights on finishing high school. A few of these people felt they would travel or drift for a couple of years before making up their minds on what to do for the rest of their lives.

> "I just want to take it one day at a time."
> "What I said about banking there, I could forget that in a year or two."
> "My plans could change, but I hope not."

Most people agreed they start to seriously think about their working futures when they are in high school and approaching graduation rather than when they began high school. This suggests a need to present self-employment as a realistic alternative at this point or even earlier. The French participants indicated that most of the options that are presented to them in a school setting are traditional careers – doctors, lawyers, teachers, etc. Most, also, agreed they do spend a lot of time thinking about their futures. Several felt it even generated a considerable amount of stress.

> "There is not much out there and it is stressful and depressing."
> "Stress is a constant during the school year because it (career) reflects your grades."
> "I am just worried about my marks."

Most of the people in all of the sessions expressed a desire to start their own business, but this was clearly just a dream for several people per group. However, approximately half or a little less felt they might actually start their own business some day. Interestingly

though, whether a person was planning to start their own business or not, there was a very common perception that "people had to go away" to get a good job or the kind of experience they wanted. Although to a lesser degree, this perception was true even in the Halifax session (and arguably, in comparison to the other areas where groups were held, there is probably less need to leave). It is important to note that most people did not really want to leave, but they felt they had to. It is also important to note that most people wanted to return "home at some point.

"People can't stay in Carbonear. This is not a good place for opening a business."
"Have to go away and get a real, professional job."
"People leave for experience in their field."
"Most people go away and get used to the job market, and then they save money to come back."
"I would like to stay here, but that is pretty far-fetched."

Participants in most of the sessions were quite familiar with friends or acquaintances who had moved away for jobs. Their destinations tended to be "out west" – British Columbia or Alberta, or in central Canada – Toronto or Ottawa. A few people mentioned American destinations, but these were not nearly as common as Canadian locations. The perceived need to move is also true in Caraquet, but there seems to be an added "wrinkle" for francophones in that they want to go to a larger community that still has a French community. For many of these people, Moncton offered what they were looking for

"Friends have moved to BC and Toronto."
"We got the best of everything (in Newfoundland) except the job market."

When people are thinking about starting their own business, they tend to be highly focussed on the market that is right around them and servicing the needs of that market. It was quite common to think in terms of retail services or an extension of their trade/professional service. For example, a hairdresser could build up a clientele and open their own salon. In several of these cases, people would be relying on their friends and family as their first customers. While there is undoubtedly some comfort in this, it is one of the factors that keeps people from considering an area a little further afield. There is almost a sense that you somehow "know the market better" if you live there. In some cases though, this reasoning prevents people from acting, particularly in small population areas. They are only comfortable starting a business in their hometown, but they observe over a period of years that many businesses fail and they know intuitively there are not many people to buy from them.

For the most part, the desire to start one's own business is a choice – in some cases it is almost an ideal. Necessity or "desperation" was certainly part of the choice, but seemed to be a relatively small part. In other words, starting a business is something that a lot of the participants wanted to do – they may have to be convinced that it is realistic, but they do not need to be convinced it is a good thing to do.

Perhaps necessity is making people consider self-employment more seriously than they did in the past. As one university student in Halifax noted, "you used to have lots of employers coming on campus to interview, but not anymore." Technology is also a contributing factor as was noted, "it is just easier to work out of your home these days."

The choice of self-employment has many influencers, but the key one seems to be family or friends who have run their own businesses. The desire to start and run a business seemed to be highest in PEI and that was also the area where people seemed to have more direct exposure to family and relatives running businesses. As one participant noted, "PEI is built on small business." Other sources of influence included teachers (particularly the ones who teach Enterprise or Entrepreneurship courses), friends and simply people they see in their communities who have been successful with businesses. In some areas like hairdressing, another influence might be the existing clients. Another interesting source of influence seems to be dissatisfaction in working for someone else for a period of time. "It is time to start your own business when you think you know more than the person you are working for."

Positive and Negative Parts of Entrepreneurship

The discussions of the appeal and drawbacks to entrepreneurship were quite consistent across all the groups and it appeared that people were quite realistic in both their positive and negative expectations. Interestingly, those who were not really interested in entrepreneurship were just as realistic in their expectations – they cited the same negatives for not setting up their own business.

There were several positive points that were mentioned in virtually every session. There was a desire to be the boss – not in a negative sense, but in the sense of "calling the shots" or deciding what to do. There would be a great sense of accomplishment if one were successful and the sense that "their hand was in it." There is also the flexibility they see in self-employment – the type of work that is done and the hours that are worked.

"Just the sense of starting a business and knowing you are the one who got it going."
"It is like a child, you want to see it grow."
"You own the business and know exactly what is going on."
"Something to be proud of."

At the same time, people seemed to be quite aware of the downside. They realized the would probably have long hours and that it might be years (or never) before they saw any profits. They realized there would be a lot more responsibility and they had seen examples of the resultant stress that can be caused.

"Something you enjoyed doing and it sucks the life right out of you."
"Lots of hours. You are taking the risk."
"Even though you put all this time into it, you might end up shutting down."
"I don't think it is relaxed. My dad still stays up all night three times a week."
"What if you are on holiday and they send out some shoddy work.."
"Could go bankrupt and then you would have to go back to work under someone else."

The need to have some experience before starting a business seems to be quite strong as is evidenced by these participants. Nobody was thinking about starting a business as they finished school. Instead, everyone talked in terms of working for five or even ten years before they started. In most cases, people simply believed they needed real work experience or they would not really know what they were doing. In other cases, people planned to work in the same or a related industry and were actively trying to build up a

customer base and the specific knowledge they would need. In still other cases, they felt they just needed more experience and age before they would be treated seriously.

> "If I am 22 and just out of school and going to start my own business, people are going to laugh at me."
> "If you are younger, you may have to go to greater lengths to prove yourself."

The "Right" Word

A very interesting discussion took place in each group on what to call someone who runs their own business. While virtually everyone was familiar with the word entrepreneur and used it as the moderator did, it was clear they would not normally use the word. In the English sessions, they would not use "entrepreneur" to describe themselves as it connotes a level of pretentiousness. Entrepreneur implies the following:

- a level of creativity – being the first person to think of something or developing something new;
- a high level of risk-taking – much higher than being self-employed; and
- a measure of success – a person seems to be an entrepreneur only after they have been quite successful.

"Stuff that nobody else had tried. She made up the idea, something original."
"If you brought up the idea, it would not be entrepreneurial anyway because it is your idea."
"A guy who knew Hibernia was going up and he put up 150 houses."
"I would not call myself one [an entrepreneur]. I just own it."
"Imagine a rich person in a big suit."

In fact, owning and operating certain businesses definitely did not qualify as entrepreneurship for most of these participants. For example, operating a Subway Shop, an Esso Gas Station (or anyone else's for that matter) or any other business that already exists was not considered entrepreneurship. Such a person might be referred to as a business owner or as a franchisee.

Participants were much more comfortable with "owning their own business/business owner" or being "self-employed" as ways to describe someone who owned their own business. These words are not meant as negatives in any way – participants still felt these people would have ambition, and be motivated etc., but these words just seemed more practical or realistic than entrepreneur.

The issues with the word entrepreneurship were not present in the French sessions. In both Moncton and Caraquet entrepreneurship and self-employment were used quite interchangeably.

Another word that was discussed in several of the sessions was "youth." Like entrepreneur, it is not a word that is used by many people and it seems to imply someone

who is always a few years younger. If I am 20 and I see something for "youth," I assume it is for teenagers – if I am in high school, youth are in junior high. A more acceptable phrase seems to be "young adult."

Obstacles to Starting a Business

Since it was a desire of most of the people in the sessions to open their own business one-day, some time was spent discussing activities participants were currently engaged in that would further that goal and in discussions of the obstacles of starting a business.

There seemed to be much more mention of doing something to prepare for possible self-employment from the people who were in high school. There were as many as two or three people in each of these younger sessions who had taken/were going to take an Enterprise course or had a co-op option at school that allowed them to gain some job experience. These people often tailored this experience to gain related work experience and/or to see if their plan was really what they wanted to do.

"I am working with a social worker now."
"You don't have to do the Enterprise course, but you are better off in it."
"I arranged my co-op in banking."
"Did a course and had to open a haunted house for a night."

With the older participants, there was little or no mention of school factors (perhaps they were not available when these people were in High School), but there was some mention of free-lancing. This was from people who were either studying in a particular field (say photography) or already working (a trade or hair dressing).

There seems to be a "discounting" of experience when people start talking about starting their own business. As an example, one participant in Newfoundland had started a summer hockey school when he was younger. He and two or three other people developed the idea, advertised it and then successfully ran the school as their summer job. He said he did not consider it entrepreneurship because "nobody really ran it" and there did not seem to be any carryover to doing something else. People who had run a small business as part of an Enterprise course described it as "only for a night" or "something we did at the end of the course."

As we moved into the specific obstacles that would be the most troublesome as people were about to start their own business, financing was mentioned first and most strongly in each group.

"The cost"
"Financing."

When asked where people might go to get assistance, banks tended to be mentioned first, but they were often discounted once people considered about them for a few minutes. Some of this was because banks would want collateral and some of it was just from a sense that "banks will rip you off."

There was general awareness that help could be obtained from government, but most people did not know specifically where they would go. In addition, people really only thought of approaching government for financial assistance. ACOA was not known by name in any of the High School groups, but at least 2 or 3 knew in most of the older sessions.

"Government wants to promote economic growth, so you would go there."
"There are so many grants from the government now."
"They can look at your idea and if they like it, give you some money to help you get on your way."

An interesting, alternative source of help or information about starting a business was consistently mentioned in most of the sessions. A few people per session felt they would ask for guidance and other assistance from someone in an existing (possibly similar) business. This theme is repeated later on, but there seems to be a preference to learn by example or at least through the real experiences of others.

"I would go to people in the business who have experience first."
"You have to look at both sides of the picture, you don't just want the successes."

While finance was the barrier that was mentioned most often when asked what the obstacles to start-up were, there were two other points that were mentioned by a significant minority of the participants. As many as two people in each of the sessions noted they might have an idea and be willing to start a business, but really did not know what to do – they did not know what the first step was and the certainly did not know the subsequent steps. A variation on this point came from one or two others in most sessions and this related to being willing to start a business, but not feeling like there was a good idea of what to start.

It was interesting what was left out of the discussions of obstacles to starting a business. It may suggest a certain "naiveté" on the part of the participants or the fact that most of them had not thought the self-employment option through completely, but they generally felt they would only have financial problems and were not generally thinking about the array of skills they would need to successfully run a business.

Communication Materials

Echoing the comments noted in the last section about the appeal of personal contact, when the topic of who should talk about entrepreneurship and how they should do it, there was positive feedback on personal options as well. Most of these seemed to be centered around schools. Several people who had taken Enterprise courses commented on the guest speakers they had heard – in particular when these speakers were relatively close to their age and they had started a business the students were familiar with. Participants were quick to point out they were looking for both positive and negative experiences, or at least a realistic picture of what the speaker had experienced.

> "You really need to have a meeting."
> "Someone needs to come and talk to you."
> "People who have started a business talking to us – our own age is better."

School kept coming up through these discussions. Participants were quite positive about Enterprise courses as electives even if they had not taken them. They, also, noted that most have some form of career day and that would be a good place to be represented. In fact, the people in Caraquet were critical of their own Career Day because it did not bring in many entrepreneurs.

In general, the kinds of information that people seem to react most positively to are:

- profiles of entrepreneurs;
- the positive and negative experiences of these people; and
- tips and suggestions of how to get started.

A number of specific items were circulated in each session for a brief evaluation – videos, CD ROMS, smaller pamphlets, larger pamphlets, magazine-style publications and audio-tapes. Television, radio and the Internet were also discussed without any specific materials being used. None of these were evaluated in any great detail, but there was some consistent feedback throughout the sessions.

Television (in the form of advertising) was often mentioned in these sessions and the initial reaction was usually positive and everyone certainly watched television. As one participant said, "if it was on television, I would sit and watch the grass grow." However, upon further discussion, this choice was usually discounted because it was generally felt it would not make much impact. Radio was even more strongly dismissed – participants felt they really did not get many messages from it – instead listening to music.

The Internet has already been discussed somewhat, but it is a dilemma at this point. It was widely seen as the "way of the future," but most participants were only using it for very specific information requirements. Certainly, if the Internet is to be used, people will have to be directed to the site or sites using more traditional methods of communication to advertise the site.

The materials that were shown divided fairly neatly into two groups. One group would be useful to provide small amounts of information and generally move people to more detailed pieces. The smaller brochures or pamphlets best represent this category, but the publications that are more like magazines can also fit into this category. Most of the other materials really fall into another category – they are more appropriate when someone has expressed a level of interest – the more detailed publications, the videos and CD ROMS are really a second step.

There was some mixed reaction to most of the materials that were shown, but there were several that tended to be noticed more than others. Both the **Realm** and **New Shoes** style publications were generally liked because they were easier to read and because of the content of the publications. There was some criticism of **Realm** because the picture on the cover looked too much like a "teen" magazine and of **New Shoes** because it looked like a catalogue (CD's) and because people did not "get" the subtle reference in the title.

> "I liked it [Realm], but it looked like a teen magazine."

The "blue denim" publication was liked because it profiled entrepreneurs and because of its title. Participants reacted favourably to the "who dared to try" line. The denim background was not strongly criticized, but it appeared as something designed by adults. It was trying "too hard" to be directed at younger people and was looking dated.

In the French sessions, most people wanted a small, direct-to-the-point pamphlet without a lot of colour. In the English sessions, the purple, Ontario "Young Entrepreneur's" publication was liked because it was short and to the point.

Appendix A
Discussion Guide

Draft Discussion Guide

ACOA – Youth Entrepreneurship

1. **Introduction**

- Explain the purpose of the group, the audiotaping and the presence of the client (when we are in facilities).
- Get a brief introduction from each participant that includes their first name, interests/hobbies and whether they are in school (where/what?) or working etc.
- What do you enjoy doing in your spare time? Where do you shop?

2. **Career Options**

- I would like to start with the plans you and your friends have for when you have finished school. What kinds of work/careers are you thinking about?
- Are people thinking about working in the area, or are you going to go somewhere else? Do you want to go somewhere else, or do you feel you have to? Would you prefer to work here, or come back here at some point? If you are not home now, do you want to go home?
- When do people really start thinking about their options for work? Who tends to influence which options you think of? Explore role of friends, family, teachers etc.?

3. **Entrepreneurship/Working for Yourself**

- How seriously do people think about entrepreneurship or working for yourself? Is it really an option that is considered? Why and why not? What does entrepreneurship mean to you? Is it the right word?
- If it is considered, when and what do you start to do anything about it? Are there courses that you think of? Are there experiences you try to get? Would you do that right away, or would you work at something else for some time? Has anyone started a business during the summer? Would they? Is it a last resort?
- Is entrepreneurship something that you would really want to do – would it be preferred, or is it more of a fallback option?
- What are the positive points about entrepreneurship and what are the drawbacks?

4. **Concerns about Entrepreneurship**

- We have just been talking about the good and bad points of entrepreneurship. Let's assume for a moment that you do want to start your own business. What do you think your biggest problems are going to be? Has anyone actually gone through any of the steps? What are their experiences? Were you treated well?
- Where would you go for help? Where would you start? Explore the role of ACOA and CBSC's if they come up. Let's assume you start a business, what are your expectations - working time, money, etc.

5. **Communicating**

- How has entrepreneurship been communicated to you in the past? What has been their early exposure to entrepreneurship?
- If someone wanted to talk to you about entrepreneurship, how would I do it? Would I go through schools? Magazines? Television? How would people feel about a half-hour show? Internet? Radio? Parents? Probe? CD ROM/Games? Videos? For television and magazines etc. – what types of shows and stations?
- What kind of things should I be talking about? What type of person should be talking to you?
- Let me show you some examples of possible ways to communicate. We would have several examples here – it does not matter if the topics are correct, we just want to formats.
- Would you look at these? Which ones would you read or listen to? Why?

6. **Conclusion**

- Thank participants and identify the client.

Groupes de discussion sur l'entrepreneurship chez les jeunes

Organisés pour le compte de
l'Agence de promotion économique du Canada atlantique

par
Omnifacts Research
nº 2000-0055

Janvier 2000

Table des matières

Conclusions et recommandations ..... **i**

Entrepreneurship ..... **iv**

Lancer une entreprise ..... **v**

Moyens de joindre les jeunes entrepreneurs ..... **v**

Introduction **1**

Loisirs et intérêts **2**

Plans de carrière **4**

Aspects positifs et négatifs de l'entrepreneurship **8**

Le bon mot **10**

Obstacles au démarrage d'une entreprise **12**

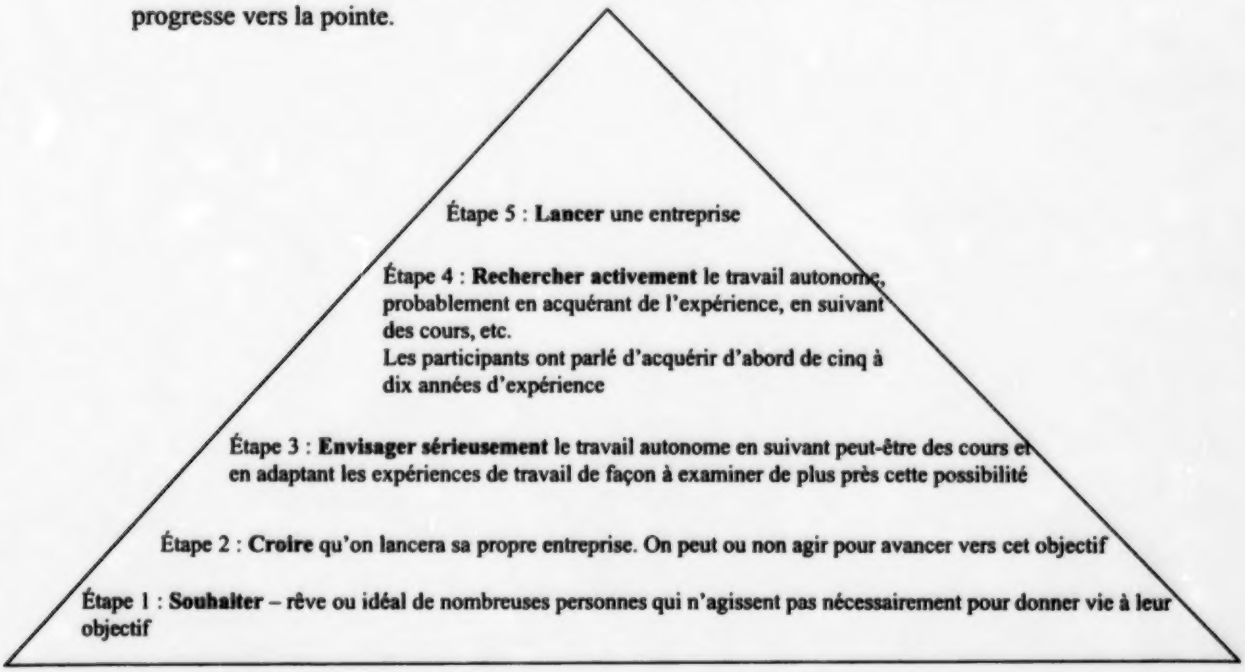
Documents de communication **15**

Conclusions et recommandations

Les constatations suivantes sont fondées sur huit groupes de discussion constitués d'un certain nombre de jeunes adultes (sessions avec des élèves de niveau secondaire et sessions avec des jeunes âgés de 20 à 28 ans) et organisés dans toute la région de l'Atlantique. Les sessions avaient pour objet de discuter de divers sujets liés à l'entrepreneurship : l'intérêt porté à cette option, la probabilité de s'engager dans cette voie, les influences sur les décisions et les évaluations de divers documents.

Presque tous les participants de toutes les sessions ont dit qu'ils aimeraient lancer leur propre entreprise et environ la moitié d'entre eux pensaient qu'ils le feraient. Même si les groupes de discussion n'offrent pas une méthode quantitative, lorsqu'on considère le nombre de personnes qui, dans les faits, lancent une entreprise, ces proportions sont anormalement élevées et un grand nombre d'entre eux ne lanceront pas d'entreprise.

Le diagramme suivant est utile pour penser au cheminement de l'entrepreneur. Les gens sont beaucoup nombreux à la base du diagramme et leur nombre diminue à mesure qu'on progresse vers la pointe.



Aux deux premières étapes, il y a peu d'efforts à fournir et bon nombre de gens ne dépasseront probablement jamais ces stades. L'APECA a cependant pour rôle, à ces étapes, de présenter l'entrepreneurship comme une solution de rechange viable et d'encourager. L'Agence peut procéder de diverses manières, mais il faut commencer au niveau secondaire ou un peu plus tôt.

D'une étape à l'autre, le degré d'engagement de l'entrepreneur potentiel s'accroît, l'expérience devient plus réaliste et les activités ou les interventions de l'APECA doivent probablement alors être plus « concrètes » et spécifiques. Les personnes qui atteignent les dernières étapes passent d'un processus de réflexion à un processus d'action et auront besoin de davantage de conseils en ce faisant. Il semble donc qu'il faille plusieurs interventions dans le temps pour accroître la probabilité que le travail autonome se concrétise à un moment donné. Sans ces interventions, il a semblé qu'un grand nombre de ces plans en resteraient au stade des bonnes intentions.

Au niveau secondaire (et peut-être un peu plus tôt), les jeunes ont besoin de savoir que le travail autonome est un choix viable et qu'ils doivent commencer à acquérir les compétences dont ils auront besoin pour diriger leur propre entreprise. Ces activités peuvent être simplement des communications : il leur s'agit de faire le lien entre les entreprises estivales, les tournées de camelot, etc., et le travail autonome. L'information dans les écoles, les conférenciers et les présences régulières aux journées des carrières sont recommandés. Un grand nombre des mêmes activités sont proposées lorsque les jeunes commencent à fréquenter les établissements postsecondaires. Toutefois, il faut plutôt les encourager à acquérir des expériences « pratiques ».

Il est suggéré de voir qui sont les candidats potentiels et de les encadrer. Trouver des moyens de leur permettre d'expérimenter un peu le travail autonome devrait aider à long terme. L'un des grands laps de temps dans les étapes décrites précédemment est la période qui suit l'obtention du diplôme et les années au cours desquelles les gens acquièrent l'expérience de travail qu'ils estiment nécessaire. La plupart des participants ont parlé de cinq à dix ans et ils évoluent dans des milieux très différents à l'extérieur des réseaux scolaires normaux. En fait, la perception répandue qu'il faut aller à l'extérieur de la région de l'Atlantique pour acquérir l'expérience de travail dont on a besoin semble rendre la chose encore plus difficile. Les gens qui pourraient lancer une entreprise dans la région de l'Atlantique à l'âge de 30 ou 35 ans pourraient bien se trouver à l'extérieur de la région en train d'acquérir de l'expérience de travail. Garder le contact avec eux et les encourager

apparaît comme l'une des tâches les plus difficiles de l'APECA. Cette tâche donne à penser qu'il faut absolument intervenir avant que les étudiants obtiennent leur diplôme, puis de trouver des moyens de « garder le contact ». On pourrait penser à des listes de diffusion des publications ou aux sites Web.

Les participants semblent penser actuellement que le gouvernement est seulement une source d'aide financière, et il faut les encourager à penser qu'ils y trouveront également une aide plus générale pour leur entreprise. Une stratégie d'intervention à long terme devrait commencer par un changement de ces attitudes pour que les gens voient que l'APECA offre différents types d'aide pendant une période prolongée.

La présente recherche avait entre autres comme objectif de voir s'il y avait différentes réactions selon la région géographique, le sexe ou d'autres variables. Nous le répétons, les groupes de discussion offrent une technique de recherche qualitative et nous ne pouvons que commenter les différences remarquables (et même dans ces cas, nous ne pourrions les projeter sur la population en général). Ce qui nous a le plus étonné toutefois dans la recherche a été la similarité entre les groupes plutôt que leurs différences. Il a semblé, en particulier, y avoir peu de différences entre les hommes et les femmes en ce qui concerne l'intérêt pour le démarrage d'une entreprise et le sentiment que cet intérêt se concrétiserait.

Il y a eu quelques différences géographiques mineures, mais pas en ce qui concerne le désir de lancer une entreprise. Les participants de tous les groupes avaient tendance à penser à des entreprises ou à des services qui s'adresseraient au marché local et évidemment, les participants des régions plus rurales et plus petites avaient tendance à conclure que leur tâche serait beaucoup plus difficile. Il est apparu que les préoccupations à l'égard de la taille du marché local et les expériences tangibles d'échec d'autres entreprises avaient plus d'influence sur les résidents de ces petites régions ou les décourageaient. Ces participants (plus que ceux des grandes régions urbaines) ont peut-être besoin de penser à des entreprises et à des services qui ont un potentiel au-delà de leurs propres régions, mais qu'ils exploiteraient quand même chez eux.

D'autres constatations à partir des sessions sont décrites ci-dessous sous divers titres.

Entrepreneurship :

- Même si presque tous les participants comprenaient le mot entrepreneurship et l'utilisaient librement au cours des sessions, il est évident qu'il n'a pas le même sens que travailleur autonome ou démarrage de sa propre entreprise. Entrepreneurship suggère un élément d'originalité, de création de quelque chose qui n'existait pas dans le marché ou la reconnaissance d'un nouveau marché. L'entrepreneurship suggère également un niveau de risque beaucoup plus élevé que le « simple fait de lancer une entreprise ». Alors que les participants de langue française utilisaient très facilement le mot entrepreneur, la plupart des participants de langue anglaise ne se qualifiaient pas d'entrepreneurs.

- Les participants étaient tous très réalistes quant aux exigences du travail autonome. Ils pensaient en général qu'il était source de stress, qu'il fallait y consacrer de longues heures, qu'il pouvait se traduire par l'échec, mais qu'il offrait également un grand sentiment d'accomplissement personnel. La plus grande peur était celle de l'échec financier, mais il a été intéressant de noter que la plupart voulaient être « plus établis » avant de prendre le risque. Des moyens de contribuer à amoindrir le risque financier pourraient encourager plus de gens à choisir le travail autonome.

- Les connaissances des participants sur le travail autonome provenaient de diverses sources, mais un grand nombre l'avait observé directement auprès de membres de la famille proche. Cette constatation vaut tout particulièrement pour les groupes de l'Île-du-Prince-Édouard. Il ne semblait pas que les parents (ou quelqu'un d'autre par ailleurs) aient découragé les jeunes de choisir le travail autonome comme option professionnelle. Plusieurs des jeunes participants avaient suivi au secondaire un cours sur l'entrepreneurship ou les entreprises et en avaient en général une bonne impression.

- Il est intéressant de signaler que deux ou trois personnes de chaque session avaient eu quelque « expérience » de l'entrepreneurship par le passé, par des emplois d'été, des travaux qu'ils effectuent actuellement à la pige ou même la livraison des journaux. Toutefois, il était très rare que quiconque pense à ces activités comme de l'entrepreneurship ou du travail autonome. Il faut manifestement faire un lien plus clair entre ces expériences et le travail autonome futur. Ces liens atténueront probablement aussi le niveau de risque perçu.

Lancer une entreprise :

- Il a semblé que, même si la plupart des gens aimeraient lancer une entreprise et que d'autres pensaient vraiment à le faire, seulement deux ou trois participants de chaque session donneraient probablement suite à leurs plans. Dans certains cas, certaines personnes se rappelaient le « vieil homme » de l'annonce de l'APECA il y a plusieurs années : il y aurait toujours autre chose à faire avant. Dans certains cas toutefois, les participants ne savaient pas vraiment quoi faire. Certains avaient une idée, mais ne savaient pas par où commencer et d'autres n'avaient aucune idée. Ces gens avaient besoin de véritables conseils pour concrétiser l'idée de lancer une entreprise.

- Lorsqu'on a demandé aux participants quels obstacles ils prévoyaient, le capital ou le financement était toujours le premier obstacle mentionné. Très peu pensaient avoir besoin d'une aide autre que financière.

- Lorsqu'on leur a précisément demandé vers qui ils se tourneraient pour obtenir de l'aide, il y a eu une différence marquée entre les réponses des élèves du secondaire et les participants plus âgés des autres groupes. Ces derniers étaient beaucoup plus susceptibles de penser au gouvernement comme « premier endroit » où aller chercher de l'aide, mais il était clair qu'ils ne le feraient que lorsqu'ils seraient prêts à lancer leur entreprise. Les participants plus jeunes étaient beaucoup plus enclins à penser aux banques. Seulement quelques participants connaissaient l'APECA et ils étaient en général plus âgés.

Moyens de joindre les jeunes entrepreneurs :

- Dans chaque session, les participants ont discuté de divers moyens de joindre les gens. La surprise la plus grande a peut-être été que dans l'ensemble, on se sert assez peu d'Internet, sauf à Caraquet. Même si presque tous les participants pouvaient facilement accéder à Internet et si la plupart l'utilisaient, ils le faisaient pour des besoins très précis. Peu naviguaient ou bavardaient, mais on reconnaissait qu'Internet deviendrait plus courant dans un proche avenir.

- Dans toutes les sessions, les conférenciers (de jeunes entrepreneurs) dans une école ou une salle de classe ont obtenu l'assentiment général. Ils ont tendance à être une source d'inspiration et à donner des exemples réels des avantages et des inconvénients. Les écoles étaient généralement vues comme un moyen très pertinent de diffuser l'information et de la faire circuler.

- Les participants ont aussi discuté des moyens de communication que sont la télévision et la radio; ils pensaient à prime abord que la télévision donnerait de bons résultats, mais après discussion, ce médium a souvent été jugé moins efficace que les autres moyens.

- Divers documents ont été montrés au cours des sessions pour obtenir des commentaires. La réaction a en général été assez uniforme dans tous les groupes :

  - **Vidéos** : bons dans un deuxième temps, une fois qu'un certain intérêt a été exprimé – probablement dans un contexte scolaire. Les participants n'ont pas aimé la pochette du vidéo montré parce qu'elle donnait l'impression de sons de la faune et de la nature.

  - **CD-ROM** : dans un deuxième temps également, mais moins intéressants que les vidéos en raison du matériel nécessaire pour accéder à l'information. On a de nouveau proposé les écoles.

  - **Bandes sonores** : en général peu aimées.

  - **Petites brochures** : appréciées dans quelques groupes pour présenter l'information de base sans beaucoup de détails. Les brochures ont souvent été critiquées pour leur manque de détails; la brochure mauve sur les jeunes entrepreneurs de l'Ontario a cependant retenu l'attention de plusieurs en raison de sa couleur et parce que les « cinq étapes du démarrage d'une entreprise » y étaient décrites.

  - **Grandes publications** : plusieurs ont semblé plaire davantage : **Realm**, **New Shoes** et la publication **Denim "dared to try"**. Les participants ont semblé réagir favorablement aux publications plus intelligibles parce qu'elles présentaient l'information de manière plus vivante. Les participants se sont particulièrement intéressés aux profils, aux plans d'activités et aux expériences favorables comme défavorables.

- Comme on l'a déjà dit, entrepreneurship n'est peut-être pas le « bon » mot pour attirer l'auditoire souhaité. Jeunesse est un autre mot porteur d'un sens négatif. Il semble toujours suggérer quelqu'un qui est beaucoup plus jeune. Si j'ai 18 ans, la jeunesse c'est 12 ou 13 ans. Par contre, si j'ai dans la vingtaine, la jeunesse c'est 18 ans. Les participants ont préféré « jeune » ou « jeune adulte ».

- Les participants étaient en général favorables à des programmes spécifiquement axés sur les jeunes adultes.

- Dans la plupart des sessions, certains ont proposé de diffuser la documentation comme les petites brochures dans des lieux comme les bureaux de médecin (où il faut attendre).

Introduction

Le présent rapport est fondé sur huit groupes de discussion réunis en décembre 1999. Deux sessions ont eu lieu dans chacune des quatre provinces de l'Atlantique : à St. John's et à Carbonear, à Sydney et à Halifax, à Charlottetown (2), à Moncton et à Caraquet. Quatre des sessions réunissaient des étudiants de niveau secondaire et quatre autres des personnes âgées de 20 à 28 ans. Les sessions organisées avec les « plus âgés » regroupaient diverses personnes dont certaines fréquentaient encore un établissement d'enseignement (université, collège communautaire, collège privé, etc.), d'autres avaient obtenu leur diplôme et travaillaient, et d'autres encore étaient diplômées, mais sans travail. Chacun des participants avait été présélectionné pour s'assurer qu'ils ne s'opposaient pas vivement au lancement de sa propre entreprise. On a ainsi cherché à regrouper des gens possédant diverses expériences de vie.

Les sessions ont intéressé un bon nombre de participants et la participation y a été bonne. L'Annexe A du présent rapport renferme une copie du guide de discussion utilisé. Chaque session a commencé par une discussion sur les choix de carrière et sur le moment où les participants ont commencé à penser sérieusement à leur travail futur. Les participants ont aussi discuté en détail des facteurs qui influencent ces décisions et plusieurs exemples précis de méthodes de communication ont été présentés et évalués. Dans toutes les sessions (mais en particulier chez les plus jeunes), les participants qui envisageaient le travail autonome ont eu tendance à dominer en nombre. Cette tendance n'a pas particulièrement influencé les sessions et était à prévoir, vu les sujets abordés.

Chaque session regroupait huit participants qualifiés ou plus. Les groupes de discussion ont comme avantage distinctif, dans ce genre d'exercice, d'examiner le sujet en profondeur parce que l'animateur peut poser des questions supplémentaires et discuter en détail.

Loisirs et intérêts

Avant de parler de leurs plans futurs de travail, les participants ont quelque peu décrit leurs activités et intérêts en général. Tous les groupes ont été très homogènes et la liste d'activités était assez courte, notamment :

- parler au téléphone;
- écouter de la musique;
- jouer au billard;
- pratiquer des sports.

Comme on pouvait le prévoir, les participants plus âgés étaient plus susceptibles d'avoir une famille qui les tenait très occupés (en particulier les femmes mères de famille). Lancer une entreprise lorsque les enfants sont jeunes ne semblait pas une solution réaliste du tout. La crainte de l'échec et la responsabilité additionnelle de la famille n'allaient tout simplement pas de pair. À Moncton, la plupart des participants retardaient délibérément d'avoir des enfants jusqu'au moment d'être mieux établis.

L'absence de temps consacré à Internet a été une surprise dans cette partie de la discussion. Selon les stéréotypes, les participants appartenaient tous à la génération qu'on pense « branchés » tout le temps. Seuls les participants de Caraquet passaient une part importante de leurs loisirs à naviguer dans Internet. Presque tous les participants des autres sessions avaient accès assez facilement à Internet et ils s'en servaient principalement comme source de recherches scolaires. Très peu d'entre eux « bavardaient » et plusieurs ont précisé qu'ils n'aimaient pas utiliser les ordinateurs ou Internet.

> « Non, je n'aime pas Internet. J'aime mieux parler de vive voix. »
> « Naviguer, c'est une perte de temps. »

De deux à trois étudiants par session avaient aussi des emplois à temps partiel, ce qui semblait ajouter au niveau global « d'activité ».

Ces discussions ont fait ressortir un point intéressant, à savoir l'obstacle que semblait créer une assez courte distance géographique. Les participants de Carbonear, qui se trouve à peine à plus d'une heure de route de St. John's, n'étaient même pas susceptibles de se rendre régulièrement à St. John's pour faire des courses. Il en était tout à fait de même à Caraquet.

Plans de carrière

Une bonne partie des premières discussions de chaque session a porté sur les plans futurs de travail ou de carrière. On a demandé aux participants d'écrire une brève description de leurs plans, et si ces plans comprenaient davantage d'études, de préciser ce qu'ils voulaient faire, une fois ces études terminées. Même si ces plans ont différé considérablement d'une personne à l'autre, au moins deux thèmes communs s'en dégagent.

Premièrement, et surtout chez les participants de niveau secondaire, certains, dans chaque session, avaient des plans assez bien réfléchis tandis que d'autres n'avaient que peu ou pas de plan du tout. Deuxièmement, même ceux qui avaient un plan ne pensaient qu'en fonction des deux à quatre prochaines années (avec un plan moins concret pour les années ultérieures) et ils étaient en général assez ouverts aux changements. Comme on pouvait le prévoir, les participants de niveau secondaire pensaient en général à des études supérieures, tandis que les participants plus âgés pensaient à des emplois. Il était aussi plus courant chez les participants du secondaire de ne pas avoir encore fait de plans et de n'avoir prévu que de terminer l'école secondaire. Quelques-uns pensaient à voyager ou à laisser aller les choses pendant quelques années avant de prendre une décision sur ce qu'ils feraient du reste de leur vie.

« Je veux simplement prendre une journée à la fois. »
« Ce que j'ai dit au sujet du domaine bancaire, je pourrais changer d'idée dans un an ou deux. »
« Mes plans pourraient changer, mais j'espère que non. »

La plupart des participants ont convenu qu'ils commencent à penser sérieusement à leur avenir professionnel vers la fin plutôt qu'au début du secondaire. Cette réflexion donne à penser qu'il faut présenter le travail autonome comme une solution de rechange réaliste dès ce moment, ou même plus tôt. Selon les participants de langue française, la plupart des options qui leur sont présentées en milieu scolaire sont des carrières traditionnelles – médecins, avocats, enseignants, etc. La plupart ont convenu aussi qu'ils passaient beaucoup de temps à penser à leur avenir. Plusieurs pensaient même que ces réflexions étaient une source considérable de stress.

« Il n'y a pas grand-chose qui nous attend et c'est stressant et déprimant. »
« Le stress est une constante pendant l'année scolaire parce qu'elle (la carrière) reflète les notes. »
« Je m'inquiète simplement de mes notes. »

La plupart des participants, dans toutes les sessions, ont exprimé le désir de lancer leur propre entreprise, mais c'était là un rêve seulement pour plusieurs, dans tous les groupes. Environ la moitié ou un peu moins des participants pensaient cependant qu'ils pourraient vraiment lancer leur propre entreprise un jour. Il est intéressant de signaler, cependant, que les participants pensaient très souvent, qu'ils songent ou non à lancer leur propre entreprise, qu'il leur fallait « aller ailleurs » pour trouver un bon emploi ou le type d'expérience recherché. Bien que moins répandue, cette perception a ressorti même à la session de Halifax (où l'on peut prétendre que, par comparaison avec d'autres régions où les groupes ont été organisés, le besoin de partir est probablement moins grand). Il importe de souligner que la plupart des participants ne voulaient pas vraiment partir, mais qu'ils estimaient devoir le faire. Il faut également noter que la plupart des participants voulaient revenir « chez eux » après un certain temps.

« Les gens ne peuvent pas rester à Carbonear. Ce n'est pas une bonne place pour lancer une entreprise. »
« Je devrai partir et obtenir un véritable emploi professionnel. »
« Les gens quittent pour acquérir de l'expérience dans leur domaine. »
« La plupart des gens partent et s'habituent au marché du travail, puis ils épargnent de l'argent pour revenir. »
« J'aimerais rester ici, mais c'est assez peu probable. »

Dans la plupart des sessions, les participants avaient dans leur entourage des amis ou des connaissances qui avaient quitté la région pour trouver du travail. Leurs destinations étaient en général « l'Ouest » – la Colombie-Britannique ou l'Alberta, ou encore le centre du Canada – Toronto ou Ottawa. Quelques personnes ont mentionné des destinations aux États-Unis, mais pas aussi souvent que les destinations canadiennes. La nécessité de se déplacer a également été signalée à Caraquet, mais il semble s'y ajouter une dimension supplémentaire, car les francophones veulent quitter pour une plus grande collectivité de langue française. Pour un grand nombre de ces personnes, Moncton offrait ce qu'ils recherchaient.

« Des amis ont déménagé en Colombie-Britannique et à Toronto. »
« Nous avons le meilleur de tout (à Terre-Neuve), sauf le marché du travail. »

Lorsque les gens songent à lancer leur propre entreprise, ils ont tendance à penser au marché immédiat et à vouloir répondre aux besoins de ce marché. Il est très courant de penser à des services au détail ou à un prolongement de leur service commercial ou professionnel. Par exemple, un coiffeur pourrait constituer une clientèle et ouvrir son propre salon. Dans plusieurs de ces cas, les gens compteraient sur leurs amis et leur famille comme premiers clients. Même si cette pensée est indéniablement réconfortante, c'est l'un des facteurs qui empêchent les participants d'envisager une région un peu plus éloignée. Ils croient aussi « qu'on connaît mieux le marché » là où l'on vit. Dans certains cas toutefois, ce raisonnement empêche les gens d'aller de l'avant, particulièrement dans les régions peu populeuses. Ils se sentent seulement à l'aise de lancer une entreprise dans leur ville natale, mais ils observent au fil des ans que de nombreuses entreprises échouent et ils savent intuitivement que leurs acheteurs potentiels ne sont pas nombreux.

La volonté de lancer sa propre entreprise est, en grande partie, un choix et dans certains cas presque un idéal. La nécessité ou le « désespoir » faisaient certainement partie du choix, mais paraissaient assez peu importants. Autrement dit, lancer une entreprise est le souhait d'un grand nombre de participants : il peut falloir les convaincre du réalisme mais non pas du bien-fondé de cette possibilité.

La nécessité force peut-être les gens à envisager le travail autonome plus sérieusement qu'ils ne le faisaient par le passé. Comme un étudiant universitaire de Halifax l'a souligné : « il y avait auparavant de nombreux employeurs qui venaient au campus passer des entrevues, mais cela ne se fait plus ». La technologie est également un facteur contributif et, comme l'a fait remarquer un participant, « il est maintenant plus facile de travailler de chez-soi ».

Plusieurs éléments influencent le choix du travail autonome, mais le principal semble être la famille ou les amis qui possèdent leur propre entreprise. La volonté de lancer et d'exploiter une entreprise semblait la plus forte à l'Île-du-Prince-Édouard et c'est également dans cette région que les participants semblaient avoir été le plus directement exposés à des entreprises familiales ou à celles d'autres parents. Comme l'a noté un participant, « l'Île-du-Prince-Édouard est fondée sur la petite entreprise ». D'autres sources d'influence comprenaient les enseignants (particulièrement ceux qui offre les cours

d'« entreprise » ou d'« entrepreneurship »), les amis et simplement les membres de leur collectivité qu'ils ont vu réussir. Dans certains domaines, comme la coiffure, la clientèle pourrait aussi avoir une incidence. Une autre source d'influence intéressante semble être l'insatisfaction de devoir travailler pour le compte de quelqu'un d'autre pendant longtemps. « Il est temps de lancer sa propre entreprise lorsqu'on pense qu'on en sait plus que notre employeur. »

Aspects positifs et négatifs de l'entrepreneurship

Les discussions sur l'attrait et les inconvénients de l'entrepreneurship ont été assez semblables dans tous les groupes et il a semblé que les participants étaient très réalistes dans leurs attentes tant positives que négatives. Il est intéressant de noter que les participants peu intéressés par l'entrepreneurship étaient tout aussi réalistes dans leurs attentes, car ils ont cité les mêmes aspects défavorables pour ne pas lancer leur propre entreprise.

Dans presque toutes les sessions, les participants ont nommé plusieurs aspects favorables. Il y a la volonté d'être le patron – pas dans un sens négatif, mais dans celui d'être celui qui décide, qui prend l'initiative des choses. Il y aurait une grande satisfaction à réussir et le sentiment d'« être l'instigateur ». Le travail autonome, par le type et les heures de travail, permet aussi, selon les participants, de la souplesse.

« Le simple fait de lancer une entreprise et de savoir que c'est vous qui l'avez mise au monde. »
« C'est comme un enfant, on veut le voir grandir. »
« L'entreprise nous appartient et l'on sait exactement ce qui se passe. »
« Quelque chose dont on peut être fier. »

En même temps, les participants semblaient très bien en connaître les inconvénients. Ils se rendaient compte qu'ils devraient probablement travailler de longues heures et qu'il pourrait falloir des années (ou jamais) avant d'en cueillir les fruits de leur labeur. Ils se rendaient compte que les responsabilités seraient nombreuses et ils avaient vu le stress qui peut en découler.

« Quelque chose qu'on aime faire, mais qui draine toute notre énergie. »
« Beaucoup d'heures. On prend le risque. »
« Même si on y consacre tout notre temps, on peut être obligé de fermer. »
« Je ne pense pas que ce soit très détendu. Mon père reste encore debout toute la nuit trois fois par semaine. »
« Qu'arrive-t-il si on est en congé et qu'on nous envoie quelque travail de camelote…? »
« On pourrait faire faillite, puis devoir retourner travailler sous les ordres de quelqu'un d'autre. »

La nécessité d'acquérir quelque expérience avant de lancer sa propre entreprise semble très présente, comme le montrent ces participants. Personne ne pensait à lancer une entreprise à la fin des études. Tout le monde a plutôt parlé de travailler pendant cinq et même dix ans avant de se lancer à leur propre compte. Dans la plupart des cas, les participants croyaient simplement qu'il leur fallait une véritable expérience de travail parce qu'autrement, ils ne sauraient pas vraiment quoi faire. Dans d'autres cas, les participants prévoyaient travailler dans le même secteur ou un secteur connexe et ils s'employaient activement à se bâtir une base de clientèle et à acquérir les compétences particulières dont ils auraient besoin. Dans d'autres cas encore, ils estimaient qu'ils avaient besoin seulement d'acquérir plus d'expérience et de vieillir avant d'être pris au sérieux.

« Si j'ai 22 ans, que je viens tout juste de terminer mes études et que je lance ma propre entreprise, on va rire de moi. »
« Quand on est jeune, il peut falloir en faire plus pour montrer notre valeur. »

Le bon mot

Dans chaque groupe, il y a eu une discussion fort intéressante sur la façon de nommer le dirigeant de sa propre entreprise. Même si presque tout le monde connaissait le mot « entrepreneur » et l'utilisait dans le même sens que le faisait l'animateur, il était clair que les participants n'utiliseraient normalement pas ce mot. Dans les sessions en anglais, les participants ne se décriraient pas comme des « entrepreneurs » parce qu'ils y voyaient une connotation de prétention. « Entrepreneur » suppose ce qui suit :

- un degré de créativité – être la première personne à penser à quelque chose ou à mettre au point une nouveauté;
- un degré élevé de risque – beaucoup plus élevé que le travail à son compte;
- une mesure de la réussite – une personne semble être un entrepreneur seulement une fois qu'il a réussi.

« Quelque chose que personne n'avait jamais encore tenté. Elle a eu l'idée, quelque chose d'original. »
« Si l'on a eu l'idée, ce n'est pas d'avoir l'esprit d'entreprise parce que c'est notre idée. »
« Un gars qui savait que le projet Hibernia allait être réalisé a construit 150 maisons. »
« Je ne me qualifierais pas d'entrepreneur. Je suis juste propriétaire. »
« J'imagine une personne riche dans un beau costume. »

En fait, la propriété et l'exploitation de certaines entreprises ne correspondraient certainement pas à la définition de l'entrepreneurship que donnent la plupart de ces participants. Par exemple, exploiter une franchise Subway, une station d'essence Esso (ou de n'importe quelle pétrolière d'ailleurs) ou toute autre entreprise qui existe déjà, n'était pas considéré comme de l'entrepreneurship. On parlerait plutôt d'un propriétaire d'entreprise ou d'un franchisé.

Les participants étaient beaucoup plus à l'aise avec des expressions comme « être propriétaire de sa propre entreprise/propriétaire d'entreprise », « travailler à son compte » pour décrire quelqu'un qui possède sa propre entreprise. Ces expressions ne sont pas négatives du tout, car les participants n'en pensaient pas moins que ces gens devaient être ambitieux, motivés, etc., mais elles leur semblaient plus pratiques ou réalistes qu'entrepreneur.

Les problèmes soulevés au sujet du mot « entrepreneurship » ne se sont pas posés dans les sessions en français. À Moncton et à Caraquet, entrepreneurship et travail autonome étaient presque utilisés indifféremment.

Le mot « jeunesse » a aussi fait l'objet de discussions dans plusieurs des sessions. Comme entrepreneur, ce n'est pas un mot qu'un grand nombre de participants utilisaient et il semble désigner quelqu'un qui est toujours moins âgé que soi. Si j'ai 20 ans et que je pense à la « jeunesse », je présume qu'il s'agit d'adolescents; si je suis à la fin du secondaire, je pense à ceux en sont au début. L'expression plus acceptable semble être « jeune » ou « jeune adulte ».

Obstacles au démarrage d'une entreprise

Comme la plupart des participants souhaitaient lancer leur propre entreprise un jour, il a été question des mesures qu'ils prenaient déjà pour tendre vers leur objectif et des obstacles au démarrage d'une entreprise.

Les participants de niveau secondaire ont semblé mentionner beaucoup plus souvent les mesures à prendre pour se préparer au travail autonome. De deux à trois personnes de chacun de ces groupes avaient suivi ou s'apprêtaient à suivre le cours d'entreprise ou participaient à un programme d'alternance travail-études pour acquérir un peu d'expérience pratique. Ces participants utilisaient souvent cette expérience pour acquérir une expérience de travail connexe et voir si leur plan correspondait véritablement à leurs aspirations.

« Je travaille actuellement avec un travailleur social. »
« Il n'est pas nécessaire de suivre le cours d'entreprise, mais il vaut mieux le faire. »
« J'ai choisi, dans le cadre du programme d'alternance travail-études, de travailler dans le domaine bancaire. »
« J'ai suivi un cours et je devais organiser une maison hantée pour une soirée. »

Les participants plus âgés ont peu ou pas mentionné de facteurs scolaires (peut-être parce qu'ils n'existaient pas au moment où eux ont fréquenté l'école), mais certains ont parlé de pige. Ces derniers étudiaient dans un domaine particulier (la photographie par exemple) ou travaillaient déjà (un métier ou la coiffure).

Il semble que les participants attachent peu d'importance à l'expérience déjà acquise lorsqu'ils parlent de lancer leur propre entreprise. Par exemple, un participant de Terre-Neuve a lancé une école estivale de hockey lorsqu'il était jeune. Lui et deux ou trois autres personnes avaient élaboré l'idée, en avaient fait la publicité et l'avaient dirigé avec succès comme emploi d'été. Selon lui, ce n'était pas de l'entrepreneurship parce que « personne ne dirigeait vraiment » et qu'il ne semblait pas y avoir acquis une expérience qu'il pouvait transposer ailleurs. Les participants qui avaient dirigé une petite entreprise dans le cadre du cours d'entreprise la décrivaient comme l'expérience « d'une soirée seulement », une « activité de fin de cours ».

Lorsque nous avons parlé des obstacles précis qui nuiraient le plus aux participants, s'ils lançaient leur propre entreprise, les membres des groupes ont unanimement et d'abord fait mention du financement.

« Le coût »
« Le financement »

Quand on a demandé aux participants vers qui ils pourraient se tourner pour obtenir de l'aide, les banques ont généralement été mentionnées en premier, mais elles étaient souvent écartées ensuite, lorsque les participants s'arrêtaient pour réfléchir un peu plus longuement. Ils écartaient cette possibilité parce que les banques exigeraient des garanties et parce qu'ils avaient l'impression que « les banques leur prendraient tout ».

Les participants savaient en général que le gouvernement consent de l'aide, mais la plupart ne savaient pas précisément où s'adresser. De plus, ils ne pensaient au gouvernement que pour l'aide financière. Les groupes du secondaire ne connaissaient pas le nom de l'APECA, mais au moins deux ou trois des participants connaissaient l'Agence dans les groupes plus âgés.

« Le gouvernement veut promouvoir la croissance économique, il faut donc s'adresser à lui. »
« Il y a tellement de subventions offertes par le gouvernement maintenant. »
« On peut examiner votre idée et si elle plaît, vous donner un peu d'argent pour vous aider à vous lancer. »

Une autre source intéressante d'aide ou d'information sur le démarrage d'une entreprise a constamment été citée dans la plupart des sessions. Quelques personnes par groupe ont dit qu'elles demanderaient de l'aide ou des conseils à quelqu'un qui possède déjà une entreprise (peut-être semblable). Ce thème a été repris par la suite, mais il semble y avoir une préférence pour apprendre par l'exemple, ou à tout le moins par l'expérience pratique des autres.

« Je consulterais d'abord des gens chevronnés dans le même domaine. »
« Je devrais examiner les deux côtés de la médaille, je ne veux pas voir que des réussites. »

Même si les finances ont été l'obstacle le plus souvent évoqué quand on a demandé aux participants de nommer des obstacles au démarrage d'une entreprise, deux autres obstacles ont été signalés par quelques-uns d'entre eux. Environ deux personnes par groupe ont dit qu'elles pourraient avoir une idée et être disposées à lancer une entreprise, mais qu'elles ne savaient pas du tout comment s'y prendre : elles ne connaissaient pas la première étape à franchir, ni d'ailleurs les autres. Un ou deux autres participants de la plupart des sessions ont abordé à peu près le même sujet en disant qu'ils étaient disposés à lancer une entreprise, mais ils n'avaient pas l'impression d'avoir une bonne idée de départ.

Il a été intéressant de voir aussi les obstacles dont les participants n'ont pas parlé. On peut y voir une certaine « naïveté » de leur part ou le fait que la plupart d'entre eux n'avaient pas étudié en profondeur l'option du travail autonome; ils estimaient cependant en général qu'ils n'auraient que des problèmes financiers, sans penser à l'ensemble des compétences nécessaires pour diriger avec succès une entreprise.

Documents de communication

Selon les commentaires décrits dans la dernière section sur l'attrait des contacts personnels, les participants ont bien réagi aux options personnelles lorsqu'on a soulevé le sujet de qui devrait parler d'entrepreneurship et comment ces personnes devraient le faire. Les participants faisaient surtout référence au milieu scolaire. Plusieurs d'entre eux qui avaient suivi les cours d'entreprise ont fait des commentaires sur les conférenciers qu'ils avaient entendus, en particulier ceux qui avaient à peu près leur âge et qui avaient lancé une entreprise que les étudiants connaissaient. Les participants ont immédiatement dit qu'ils cherchaient à la fois les expériences positives et négatives, ou du moins un portrait réaliste de ce que le conférencier avait vécu.

> « Il faut vraiment obtenir une rencontre. »
> « Quelqu'un doit venir et nous parler. »
> « Des gens qui ont lancé une entreprise et qui nous en font le récit - de notre âge à peu près. »

L'école est sans cesse revenue dans les discussions. Les participants voyaient d'un très bon œil les cours d'entreprise dans les choix de cours, même s'ils ne les avaient pas suivis. Ils ont aussi signalé une forme ou une autre de journée des carrières, disant que c'était un bon endroit où s'y faire représenter. En fait, les participants de Caraquet ont critiqué leur propre journée des carrières parce que les entrepreneurs n'y avaient pas beaucoup participé.

En général, les types d'information auxquels les participants ont semblé réagir le plus favorablement sont les suivants :

- les profils d'entrepreneurs;
- les expériences positives et négatives de ces entrepreneurs;
- les conseils et les suggestions sur le démarrage d'une entreprise.

Un certain nombre de documents précis ont été présentés dans chaque session pour en obtenir une brève évaluation : des vidéos, des CD-ROM, des petites brochures, des grandes brochures, des publications de style revue et des bandes sonores. On a aussi parlé de télévision, de radio et d'Internet. Aucun de ces éléments n'a été évalué en détail, mais les commentaires ont été assez uniformes dans toutes les sessions.

La télévision (sous forme de publicité) a souvent été évoquée dans les sessions et la réaction initiale était habituellement favorable, car il était évident que tout le monde regardait la télévision. Un participant a d'ailleurs dit : « si ça se passait à la télévision, je m'assoirais et je regarderais l'herbe pousser ». Toutefois, après plus amples débats, ce choix a habituellement été écarté parce qu'on croyait généralement qu'il n'aurait pas beaucoup d'influence. La radio a même été écartée plus vigoureusement, car les participants estimaient qu'ils n'y entendaient pas beaucoup de messages et qu'ils y écoutaient plutôt la musique.

On a déjà parlé quelque peu d'Internet, mais cette question pose un dilemme pour le moment. Les participants considéraient pour la plupart qu'il s'agissait d'un « moyen de l'avenir », mais ils ne s'en servaient que pour y trouver des renseignements très précis. Il était évident que si on devait utiliser Internet, il faudrait diriger les gens vers le site ou les sites à l'aide de méthodes traditionnelles de communication.

Les documents présentés se répartissaient à peu près équitablement en deux groupes. Un groupe serait utile pour offrir un peu d'information et habituellement pour guider les gens vers des documents plus détaillés. Les petites brochures représentent le mieux cette catégorie, mais les publications qui s'apparentent à des revues peuvent également en faire partie. La plupart des autres documents appartiennent manifestement à une autre catégorie : ils conviennent mieux lorsque l'intérêt existe déjà, en l'occurrence les publications détaillées, les vidéos et les CD-ROM, et ils interviennent vraiment à une seconde étape.

Les réactions étaient quelque peu mitigées pour la plupart des documents montrés, mais certains ont retenu l'attention plus que d'autres. Les publications du style **Realm** et **New Shoes** étaient en général appréciées parce qu'elles étaient faciles à lire et en raison de leur contenu. La photographie de la couverture de **Realm** a quelque peu soulevé des critiques parce qu'elle fait penser à une revue pour adolescents et **New Shoes** ressemblait plutôt à un catalogue (de disques compacts). Les participants « n'avaient pas saisi » la référence subtile du titre.

« J'ai aimé [Realm], mais elle ressemble à une revue pour adolescents. »

Les participants ont aimé la publication en « bleu denim » parce qu'elle décrivait le profil d'entrepreneurs et en raison de son titre. Les participants ont réagi favorablement à

l'expression « who dared to try ». Le fond en denim n'a pas fait l'objet de beaucoup de critiques, sinon que la publication paraissait avoir été conçue par des adultes. On avait « trop » voulu l'axer sur les jeunes et elle avait l'air dépassée.

Dans les sessions en français, la plupart des participants voulaient une petite brochure pertinente, sans trop de couleurs. Dans les sessions en anglais, la publication ontarienne mauve intitulée « Young Entrepreneur's » a été bien accueillie parce qu'elle était courte et pertinente.

Annexe A
Guide de discussion

Projet de guide de discussion

APECA – Entrepreneurship chez les jeunes

1. Introduction

- Expliquer la raison d'être du groupe, l'enregistrement des discussions et la présence du client (lorsque nous occupons les installations d'un client).
- Obtenir une brève présentation de chaque participant, notamment son prénom, ses intérêts et ses loisirs et s'il fréquente l'école (où et dans quel domaine), s'il travaille, etc.
- Qu'aimez-vous faire pendant vos loisirs? Où magasinez-vous?

2. Options de carrière

- J'aimerais commencer par les plans que vous et vos amis avez lorsque vous aurez terminé l'école. Quels types de travail ou de carrière envisagez-vous?
- Les gens pensent-ils à travailler dans la région ou à la quitter? Voulez-vous aller ailleurs ou estimez-vous que vous devez le faire? Préféreriez-vous travailler ici, ou y revenir plus tard? Si vous n'habitez pas dans votre localité actuellement, voulez-vous y retourner?
- Quand les gens commencent-ils réellement à penser à leurs options de travail? Qui a tendance à influencer les options auxquelles vous songez? Quel est le rôle des amis, de la famille, des enseignants, etc.?

3. Entrepreneurship ou travail autonome

- Songez-vous sérieusement à l'entrepreneurship ou au travail autonome? S'agit-il vraiment d'une option que vous envisagez? Pourquoi et pourquoi pas? Quel sens donnez-vous au mot « entrepreneurship »? Est-ce le bon mot?
- Si vous l'envisagez, que voulez-vous faire à cet égard et quand? Pensez-vous à des cours? Tentez-vous d'acquérir quelque expérience? Le feriez-vous dès maintenant ou voulez-vous faire autre chose pendant quelque temps? Quelqu'un a-t-il déjà lancé une entreprise pendant l'été? Le feriez-vous? Est-ce en dernier recours?
- L'entrepreneurship vous intéresse-t-il vraiment - y accorderiez-vous la préférence ou s'agit-il plutôt d'un deuxième choix?
- Quels sont les aspects positifs de l'entrepreneurship et quels en sont les inconvénients?

4. Préoccupations au sujet de l'entrepreneurship

- Nous venons tout juste de parler des aspects positifs et négatifs de l'entrepreneurship. Présumons pendant un instant que vous voulez lancer votre propre entreprise. Quels seraient, à votre avis, les plus gros problèmes auxquels vous devriez faire face? L'un d'entre vous a-t-il déjà éprouvé ces problèmes? Qu'avez-vous vécu? Vous a-t-on bien traité?
- Où iriez-vous pour trouver de l'aide? Par où commenceriez-vous? Examiner le rôle de l'APECA et des CSEC, si les participants en parlent. Présumons que vous lancez une entreprise, quelles sont vos attentes – le temps de travail, l'argent, etc.?

5. Communication

- Comment vous a-t-on parlé d'entrepreneurship par le passé? Quand la première fois avez-vous entendu parler d'entrepreneurship?
- Si quelqu'un voulait vous parler d'entrepreneurship, comment s'y prendrait-il? Devrais-je passer par les écoles? Les revues? La télévision? Que pensez-vous d'une émission d'une demi-heure? Internet? La radio? Les parents? Autre? Demander des suggestions. Les CD-ROM ou les jeux? Les vidéos? Dans le cas de la télévision et des revues, quels genres d'émissions et de stations?
- De quoi devrais-je parler? À qui aimeriez-vous parler?
- J'aimerais vous montrer quelques exemples de moyens de communication. Nous en avons plusieurs ici; peu importe que les sujets soient pertinents on non, nous parlons seulement de la forme.
- Voulez-vous les examiner? Lesquels liriez-vous ou lesquels écouteriez-vous? Pourquoi?

6. Conclusion

- Remercier les participants et identifier le client.